



Agence du revenu  
du Canada

Canada Revenue  
Agency

# Mesure des résultats du cadre de rendement stratégique de l'Agence (2022-2023)

## Résumé exécutif

Préparé pour : Agence du revenu du Canada (ARC)

Nom du fournisseur : Ipsos Affaires publiques

Numéro de contrat : CW2269423

Valeur du contrat : 112 265,16 \$ (TVH comprise)

Date d'attribution : 23 janvier 2023

Date de livraison : 14 avril 2023

Numéro d'inscription : POR 121-22

Pour obtenir de plus amples renseignements sur le présent rapport, veuillez envoyer un courriel à l'Agence à l'adresse suivante : [cra-arc.media@cra-arc.gc.ca](mailto:cra-arc.media@cra-arc.gc.ca)

*Ce rapport est aussi disponible en français*

Canada 

# Mesure des résultats du cadre de rendement stratégique de l'Agence (2022-2023)

## Résumé exécutif

Préparé pour : Agence du revenu du Canada (ARC)

Nom du fournisseur : Ipsos Affaires publiques

Avril 2023

Ce rapport de recherche sur l'opinion publique présente la méthodologie du sondage en ligne et par téléphone sur la mesure des résultats du cadre de rendement stratégique de l'Agence (2022-2023), mené par Ipsos au nom de l'Agence du revenu du Canada.

Un sondage téléphonique a été mené auprès d'un échantillon de n = 700 Canadiens âgés de 18 ans et plus du 22 février au 31 mars 2023, alors qu'un sondage en ligne a été mené auprès de n = 246 intermédiaires fiscaux et de n = 400 entreprises entre les 16 et 23 mars 2023.

*This publication is also available in English under the title: Measuring Agency Strategic Performance Framework Outcomes (2022-2023).*

Cette publication peut être reproduite à des fins non commerciales uniquement. Une autorisation écrite doit être obtenue au préalable auprès de l'ARC. Pour obtenir plus de renseignements sur le présent rapport, veuillez communiquer avec l'Agence par courriel à l'adresse [cra-arc.media@cra-arc.gc.ca](mailto:cra-arc.media@cra-arc.gc.ca) ou par la poste à l'adresse :

101, promenade du Colonel-By  
Ottawa ON K1A 0K2  
Canada

**Numéro de catalogue** : Rv4-154/2023F-PDF

**Numéro international normalisé du livre (ISBN)** :978-0-660-48640-6

**Publications connexes (numéro d'enregistrement : ROP 121-22) :**

Numéro de catalogue : Rv4-154/2023E-PDF (Résumé exécutif, anglais)

ISBN : 978-0-660-48639-0

## 1. Résumé exécutif

Affaires publiques Ipsos  
Numéro de contrat : CW2269423  
Numéro d'inscription : POR 121-22  
Date d'attribution : 23 janvier 2023  
Valeur du contrat : 112 265,16 \$ (TVH comprise)

## 2. Contexte et objectif

L'Agence a exigé la recherche sur l'opinion publique (ROP) afin d'élaborer des indicateurs qui répondront au besoin de mesurer les résultats du cadre de rendement stratégique de l'Agence. Ces indicateurs comprenaient l'efficacité de la dissuasion, l'équité perçue, l'utilisation des voies de communication et la transparence, et ils permettront de combler les lacunes existantes en matière de mesure.

Les résultats de cette ROP serviront à faire ce qui suit :

- (1) Élaborer des indicateurs de rendement significatifs en utilisant une solide méthodologie scientifique.
- (2) Établir des bases de référence et des objectifs.

De plus, les résultats de la ROP généreront des connaissances dans le domaine de l'administration de l'impôt et renforceront davantage la position de l'Agence en tant qu'organisation axée sur la recherche. Ce projet de recherche appuiera également les objectifs suivants décrits dans la lettre de mandat de la ministre et y contribuera :

- Veiller à ce que l'Agence offre un service axé sur les clients et intensifie ses efforts pour renforcer l'équité du régime fiscal en veillant à ce que chacun paie sa juste part.
- Continuer à travailler pour moderniser l'Agence afin d'offrir une expérience transparente, empathique et axée sur le client, notamment en rendant l'information plus facile à trouver et à comprendre, en accélérant l'utilisation des outils numériques et en améliorant le Programme communautaire des bénévoles en matière d'impôts.

### Public cible

La recherche a été menée auprès des trois publics cibles suivants.

1. **Population générale** : Ce sondage a été mené par téléphone auprès d'un échantillon aléatoire de Canadiens âgés de 18 ans et plus.
2. **Entreprises** : Ce sondage a été mené en ligne auprès de petites et moyennes entreprises comptant moins de 100 employés, y compris les décideurs ou les personnes impliquées dans les décisions liées aux questions fiscales, à la paie, à la préparation de la TPS/TVH et à la tenue de livres. Les titres de poste retenus sont les suivants :

- Président, président-directeur général ou propriétaire
- Administrateur supérieur des affaires financières/contrôleur
- Comptable
- Gestionnaire/agent de la paie
- Gestionnaire
- Commis comptable
- Agent financier

**3. Intermédiaires fiscaux :** Ce sondage a été mené en ligne auprès d'intermédiaires fiscaux, qui préparent des déclarations de revenus pour des particuliers ou des entreprises sur des questions liées à l'impôt ou à la paie.

### **Attestation de neutralité politique**

J'atteste, par la présente, à titre d'agent principal d'Ipsos, que les produits livrables se conforment entièrement aux exigences en matière de neutralité politique du gouvernement du Canada énoncées dans la Politique de communication du gouvernement du Canada et dans la Procédure de planification et d'attribution de marchés de services de recherche sur l'opinion publique. Plus précisément, les produits livrables ne comprennent pas d'information sur les intentions de vote électoral, les préférences quant aux partis politiques, les positions des partis ou l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de ses dirigeants.



Mike Colledge  
Président  
Affaires publiques Ipsos

### 3. Méthodologie

#### 3.1 Sondage téléphonique (national)

Ipsos a mené un sondage téléphonique de 15 minutes auprès d'un échantillon national de n = 700 adultes canadiens entre le 22 février et le 31 mars 2023. Il s'agit d'un échantillon aléatoire généré au moyen de la composition numérique aléatoire. Pour nous assurer de joindre les segments les plus mobiles de la population (à savoir les jeunes Canadiens), l'échantillon comprenait un minimum de 70 % d'utilisateurs de téléphones cellulaires en plus des numéros de téléphones filaires (30 %). L'échantillon a également été stratifié par région. Pour les répondants avec qui l'on a communiqué par téléphone filaire, les répondants au sein des ménages ont été sélectionnés au hasard en utilisant la « méthode de l'anniversaire » pour cerner et interroger les membres du ménage (âgés de 18 ans et plus) qui ont célébré leur anniversaire en dernier.

On a communiqué avec les utilisateurs de téléphone cellulaire au moyen de la composition numérique aléatoire. Ils devaient être âgés d'au moins 18 ans pour participer. Des échantillons de services sans fil ont été sélectionnés à l'échelle provinciale (car il n'est pas pratique de sélectionner avec exactitude par marché compte tenu de la nature mobile de la technologie) à partir d'une base de données contenant tous les numéros possibles dans 1 000 blocs d'indicatifs régionaux et d'échanges dédiés aux numéros sans fil.

Dans l'échantillon total de 700 Canadiens pour ce sondage, on a communiqué avec 201 répondants par téléphone filaire, et avec les 499 autres répondants par téléphone cellulaire. La marge d'erreur pour un sondage téléphonique auprès de 700 répondants est de  $\pm 3,7\%$ , en utilisant un intervalle de confiance de 95 % (19 fois sur 20).

#### Pondération de l'échantillon téléphonique

Les tableaux ci-dessous présentent les répartitions non pondérées et pondérées de l'échantillon téléphonique. L'échantillon a été stratifié par région, des quotas souples ayant également été établis pour le genre et l'âge afin d'assurer une représentation appropriée dans l'ensemble des catégories. Une pondération a été appliquée à l'échantillon afin de s'assurer que les données définitives reflètent la population adulte du Canada selon la région, l'âge et le genre, en fonction du recensement de 2021. La fourchette du facteur de pondération pour le sondage téléphonique se situait entre 0,853 et 1,421. Aucune pondération n'a été appliquée aux données en ligne.

Veillez noter que les totaux ci-dessous pourraient ne pas arriver à 700 en raison du refus de certains répondants de fournir des renseignements socioéconomiques.

Échantillon téléphonique pondéré et non pondéré : Région (variable incluse dans le schéma de pondération)

	Taille de l'échantillon non pondéré	Taille de l'échantillon pondéré
<b>Colombie-Britannique, Yukon</b>	<b>99</b>	<b>98</b>
<b>Alberta, Territoires du Nord-Ouest</b>	<b>78</b>	<b>77</b>
<b>Manitoba, Saskatchewan</b>	<b>43</b>	<b>42</b>
<b>Ontario, Nunavut</b>	<b>268</b>	<b>273</b>

Québec	167	161
Canada atlantique	45	49

Échantillon téléphonique pondéré et non pondéré : Genre (variable incluse dans le schéma de pondération)

	Taille de l'échantillon non pondéré	Taille de l'échantillon pondéré
Homme	360	338
Femme	329	352
Divers/Je préfère ne pas répondre	11	10

Échantillon téléphonique pondéré et non pondéré : Âge (variable incluse dans le schéma de pondération)

	Taille de l'échantillon non pondéré	Taille de l'échantillon pondéré
18-34	133	189
35-54	231	224
55+	334	285

Les statistiques présentées dans le tableau ci-dessus montrent des différences minimales entre les échantillons définitifs non pondérés et pondérés. Toutefois, le groupe d'âge le plus jeune (de 18 à 34 ans) est sous-représenté, ce qui donne lieu à un ratio non pondéré-pondéré plus élevé de 1,42:1, qui demeure bien dans les niveaux acceptables pour un sondage auprès de la population générale et qui se situe favorablement par rapport à l'écart observé dans l'échantillon téléphonique.

### Répartition des appels

Le tableau ci-dessous présente la répartition des appels et le calcul du taux de réponse, selon l'ancienne méthode empirique de calcul des taux de réponse aux sondages téléphoniques de l'ARIM.

	Téléphone filaire	Téléphone cellulaire	Total
Total de numéros composés	16140	30250	46390
<b>Non valide (hors service, télécopieur/modem, entreprise/non résidentiel)</b>	<b>11126</b>	<b>16549</b>	<b>27675</b>
<b>Nombre total d'unités non résolues (occupé, pas de réponse, répondeur)</b>	<b>2691</b>	<b>7376</b>	<b>10067</b>
Total dans la portée – Unités non répondantes	171	331	502
Problème de langue	67	138	205
Maladie, incapable de répondre, sourd	32	16	48
Rappel (répondant non disponible)	72	177	249
Refus général	1925	5310	7235
Interruption du sondage par le répondant admissible	13	40	53
<b>Total dans la portée – Unités répondantes</b>	<b>214</b>	<b>644</b>	<b>858</b>

Dépassement du quota	8	0	8
Personne n'est âgé de 18 ans ou plus	5	143	148
Occupation inadmissible	0	2	2
Entrevues terminées	201	499	700

Le taux de réponse, calculé en divisant le nombre **d'unités répondantes (visées par la portée)** par la somme des **unités non résolues**, des **unités non répondantes (visées par la portée)** et des **unités répondantes (visées par la portée)**, était de 6,96 % pour les numéros de téléphone filaire, de 7,71 % pour les numéros de téléphone cellulaire et de 7,51 % pour tous les numéros de téléphone. Il est typique d'obtenir un taux de réponse total de 7,51 % pour un sondage téléphonique auprès de la population générale canadienne avec jusqu'à huit rappels par ménage.

### Analyse de la non-réponse

Comme dans tout échantillon probabiliste, l'échantillonnage actuel peut être sujet à un biais de non-réponse. Plus particulièrement, les membres de la population qui n'ont pas de téléphone (filaire ou cellulaire) ou qui ne sont pas capables de répondre à un sondage en français ou en anglais n'ont peut-être pas participé au sondage. Certains groupes de la population ont systématiquement moins tendance à répondre aux sondages.

Le tableau ci-dessous compare les échantillons non pondérés aux résultats du recensement de 2021 selon la région, l'âge et le genre. La comparaison entre les deux échantillons pour les trois variables utilisées dans le schéma de pondération montre la sous-représentation des jeunes Canadiens (âgés de 18 à 34 ans). Toutefois, cet écart est suffisamment faible pour qu'il puisse être corrigé au moyen d'une pondération sans avoir une incidence sur la qualité des résultats finaux. Étant donné que la répartition régionale a été établie au moyen de quotas fixes, la pondération n'a pratiquement pas eu d'incidence sur les chiffres définitifs.

Comparaison de la population de l'échantillon téléphonique : Région (variable incluse dans le schéma de pondération)

	Pourcentage non pondéré	Proportions du recensement de 2021 (adultes)
Colombie-Britannique, Yukon	14 %	14 %
Alberta, Territoires du Nord-Ouest	11 %	11 %
Prairies (MB/SK)	6 %	6 %
Ontario, Nunavut	38 %	39 %
Québec	24 %	23 %
Canada atlantique	6 %	7 %

Comparaison de la population de l'échantillon téléphonique : Genre (variable incluse dans le schéma de pondération)

	Pourcentage non pondéré	Proportions du recensement de 2021 (adultes)
Homme	51 %	49 %
Femme	47 %	51 %
Divers/Je préfère ne pas répondre	2 %	< 1 %

#### Comparaison de la population de l'échantillon téléphonique : Âge (variable incluse dans le schéma de pondération)

	Taille de l'échantillon non pondéré	Proportions du recensement de 2021 (adultes)
De 18 à 34 ans	19 %	27 %
De 35 à 54 ans	33 %	32 %
55 ans et plus	48 %	41 %

Les différences entre les variables utilisées dans le schéma de pondération sont minimales. La répartition de l'échantillon est uniforme. Seulement de légères différences sont observées entre les pourcentages non pondérés et les données du recensement de 2021.

### 3.2 Échantillon en ligne

Les répondants aux échantillons du sondage ont été sélectionnés à partir d'un fournisseur de groupes témoins partenaire de confiance, Dynata. Le sondage a été mené auprès d'un échantillon de n = 246 intermédiaires fiscaux et de n = 400 entreprises. Les entrevues ont été menées dans la langue de leur choix, soit l'anglais ou le français.

En ce qui concerne les entreprises, les répondants sélectionnés étaient ceux qui ont des petites et moyennes entreprises, y compris des organisations comptant moins de 100 employés, y compris les décideurs ou ceux qui participent aux décisions liées aux questions fiscales, à la paie, à la préparation de la TPS/TVH ou à la tenue de livres.

Pour les intermédiaires fiscaux, les répondants sélectionnés étaient ceux qui préparent des déclarations de revenus pour les particuliers et les clients opérationnels sur des questions liées à l'impôt ou à la paie.

Un essai préliminaire a été lancé le 16 mars 2023, lequel a occasionné 38 entrevues achevées (27 en anglais et 11 en français). Une question ouverte a été posée à la fin du sondage où les problèmes, les questions ou les questions ambiguës pourraient être portés à notre attention, mais rien n'a été signalé. Le sondage a été entièrement lancé et s'est déroulé entre les 17 et 23 mars 2023.

Des invitations par courriel et une technologie de routage ont été utilisées pour inviter les participants dans le cadre de la méthode d'échantillonnage. Chaque participant a reçu un lien URL unique. Ce lien ne pouvait être utilisé qu'une seule fois. Les répondants étaient autorisés à faire une pause avant de revenir pour le terminer. Les données en ligne n'ont pas été pondérées.

Des quotas souples ont été fournis pour le sondage en ligne pour les régions et les industries afin de s'assurer que tous les groupes étaient aussi représentatifs que possible. Pour les données en ligne, la pondération n'a pas été appliquée.



Comparaison de la population de l'échantillon en ligne : Région

Région	Pourcentage non pondéré	Proportions du recensement de 2021 (adultes)
Colombie-Britannique, Yukon	15 %	14 %
Alberta, Territoires du Nord-Ouest	10 %	11 %
Prairies (MB/SK)	7 %	7 %
Ontario, Nunavut	39 %	38 %
Québec	22 %	23 %
Canada atlantique	7 %	7 %

Comparaison de la population de l'échantillon en ligne : Industrie

Industrie	Pourcentage non pondéré	Proportions du recensement de 2021
Agriculture, foresterie, pêche et chasse	4,0 %	6,0 %
Extraction minière, pétrolière et gazière	0,5 %	0,5 %
Services d'hébergement et de restauration	3,3 %	3,2 %
Services publics	0,5 %	0,1 %
Construction	6,8 %	10,0 %
Fabrication	3,0 %	2,4 %
Commerce de gros	1,8 %	2,6 %
Commerce de détail	9,3 %	6,2 %
Transport et entreposage	2,5 %	5,9 %
Industrie de l'information et industrie culturelle	2,3 %	1,3 %
Finances et assurances	3,5 %	6,2 %
Immobilier, location et location à bail	4,5 %	21,3 %
Services professionnels, scientifiques et techniques	16,8 %	12,3 %
Gestion de sociétés et d'entreprises	1,0 %	1,0 %
Services administratifs, services de soutien, services de gestion des déchets et services d'assainissement	2,1 %	3,8 %
Services d'enseignement	5,5 %	1,1 %
Soins de santé et assistance sociale	3,5 %	7,5 %
Arts, spectacles et loisirs	8,3 %	1,6 %
Administrations publiques	0,8 %	0,2 %
Autres services et organismes de bienfaisance enregistrés	19,1 %	6,8 %

\*Question posée uniquement aux répondants qui s'identifient comme des entreprises (n = 400)

### 3.3 Recrutement des participants

#### Source de l'échantillon

Ipsos a établi un partenariat avec les sous-traitants Canadian Viewpoint Inc. (CVI) et Dynata. Dynata compte plus de 300 000 membres actifs. Les groupes témoins de Dynata sont continuellement actualisés et recrutés par l'intermédiaire de divers canaux, notamment :

- 1) Approvisionnement de programmes de fidélisation dans les secteurs des voyages, du divertissement et autres
- 2) Bannières en ligne, la publicité sur télévision par câble, les envois postaux, les influenceurs des médias sociaux, les applications mobiles, etc.
- 3) Canaux intégrés, y compris l'accès aux communautés en ligne, aux plateformes de médias sociaux, aux éditeurs et autres (ce dernier groupe n'a pas choisi de participer à un groupe témoin), mais chaque participant a un profil Dynata

Le sondage en ligne a été mené au moyen de la technologie d'entrevue Web assistée par ordinateur. Tous les membres des groupes témoins ont choisi de participer à des sondages de recherche. Les membres qui répondent aux critères que nous cherchions ont été sélectionnés au hasard et ont reçu une invitation par courriel à répondre au sondage. Ils ont eu le choix de répondre au sondage en anglais ou en français.

La plateforme de sondage était conforme à la *Loi sur l'accessibilité pour les personnes handicapées de l'Ontario*, selon les règles pour l'accessibilité des contenus Web (WCAG2.0AA).

#### *Incitatifs et mesures de contrôle de la qualité*

Le groupe témoin de Dynata comprend les membres qui ont choisi d'y adhérer et qui reçoivent un incitatif quelconque. Les incitatifs reposent sur un système fondé sur des points encaissés pour des récompenses (chèques-cadeaux électroniques, bons en magasin, dons de bienfaisance et points de fidélité à long terme), ainsi que des tirages au sort. Le montant des incitatifs est fondé sur les exigences précises de chaque sondage, notamment la durée et la complexité du sondage, le sujet de l'étude et le temps requis pour réaliser un nombre minimal d'entrevues.

Les données exhaustives sur le profilage des antécédents recueillies lorsque les répondants se joignent à un groupe permettent de cibler les répondants en fonction de critères clés comme la région, l'âge, le sexe, le niveau d'études et de revenu, l'intention d'acheter une propriété dans les 12 mois qui suivent, la profession, et bien d'autres caractéristiques.

Les données excluent tous les répondants en double en fonction de la saisie de l'IP et excluent les membres du groupe témoin qui ont répondu à un autre sondage du gouvernement du Canada au cours des 30 derniers jours en tant que membres de ce groupe.

### Statistiques sur les courriels

Dans le cadre de ce sondage, un routeur d'échantillonnage a été utilisé. Par conséquent, un taux de réponse ne peut pas être calculé. Toutefois, le taux de participation au sondage était de 92 %, lequel est calculé comme suit : (entrevues achevées admissibles + dépassement du quota + sondages interrompus)/clics).

Achèvements	Sondage suivant la campagne
<b>Taux de clics</b>	1768
– Entrevues achevées partiellement	12
– <b>Sondages interrompus</b>	881
– <b>Dépassement du quota</b>	98
<b>Entrevues achevées admissibles</b>	646
<b>Taux de participation</b>	<b>92 %</b>